

VOLUMEN 8 – RESÚMENES

Números 1 y 2 - Enero / Abril 1999

IMPACTOS TURÍSTICOS. PERCEPCIÓN POR PARTE DE LA POBLACIÓN ANFITRIONA Caso Villa La Angostura (Prov. Del Neuquén, Argentina)

Alejandra Pérez

El propósito de esta investigación fue conocer la actitud hacia el turismo de la población estable de Villa La Angostura a partir de la percepción, que la misma tiene, del impacto social provocado por el turismo. Entendiendo como impacto social al conjunto de cambios o variaciones deseadas e indeseadas, previstas o imprevistas, resultantes del desarrollo turístico, que afectan a la población anfitriona en lo que respecta a la situación, condición y calidad de vida (Muñiz Picardo 1993).

PALABRAS CLAVE: impactos turísticos, percepción, población anfitriona, centro turístico en crecimiento.

IMPACTOS DEL TURISMO EN ZONAS COSTERAS Rol de los faros en la preservación del ambiente

Regina G. Schlüter

El turismo muestra una marcada inclinación por las áreas costeras. Allí se encuentran los faros centenarios que aún cumplen su función de guiar a los navíos. Estos faros ejercen una gran atracción sobre los visitantes pero por lo general no son tomados en cuenta como atractivos turísticos. En este artículo se presentan dos estudios de caso que ilustran la positiva relación existente entre faros y turismo en el litoral marítimo argentino.

PALABRAS CLAVE: costas, impactos, turismo, faros, costa atlántica argentina.

EL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO COMO ATRACTIVO TURÍSTICO EN TIERRA DEL FUEGO

*Mónica Salemme
Graciela Canale
María Elena Daverio
Marisol Vereda*

Se analiza el patrimonio arqueológico como parte de la herencia social que se debe preservar y cómo el turismo puede ser una vía para lograrlo. En el caso particular de Tierra del Fuego (Argentina) se prevé incorporar el patrimonio arqueológico como motivación básica en la diagramación de circuitos turísticos alternativos dando respuesta a una demanda creciente de un turismo de intereses específicos.

PALABRAS CLAVE: patrimonio, circuitos turísticos, turismo sostenible, cultura.

ROL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN LA GESTIÓN DE PARQUES TEMÁTICOS

Juana Norrild

La intención de este artículo es mostrar a partir de un análisis comparativo entre los parques temáticos Port Aventura (España) y Mundo Marino (Argentina) cómo la administración pública puede ayudar, a través de la activación de diferentes mecanismos de intervención, el desarrollo de un espacio turístico individual y de esta manera afectar la dinámica de reestructuración urbana y productiva de toda el área geográfica contextual.

PALABRAS CLAVE: parques temáticos, turismo, impacto, administración pública, Mundo Marino.

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN AMÉRICA LATINA

Recomendaciones para la planificación del desarrollo sostenible en América Latina en áreas con potencial para el turismo

Anaida Meléndez U.

El documento constituye una reflexión acerca de las posibilidades del turismo sostenible en América Latina e incluye recomendaciones desde el punto de vista ambiental para encauzar la planificación de la actividad ecoturística. Se mencionan inconvenientes que surgen de la situación socioeconómica de América Latina y que afectan la posición de la región en el

mercado turístico internacional ya que impiden la aplicación extensiva del precepto de desarrollo sostenible. Conociendo las fortalezas, las debilidades y las oportunidades, se recomienda incorporar en el proceso de planificación estrategias que incluyan acciones conjuntas entre países, apoyándose en la municipalización y que contribuyan al mejor aprovechamiento y al mínimo impacto sobre los recursos, para propiciar el avance y la consolidación del turismo vinculado a la naturaleza. Para fortalecer el turismo sostenible es necesario establecer una acción coordinada entre países con áreas potenciales para el turismo y, a través de los municipios, planificar y gestionar productos turísticos que además de ser atractivos actualmente y rentables a corto plazo, deben tener las condiciones necesarias para mantenerse en el tiempo y en el mercado doméstico y globalizado. La inversión en educación y capacitación de los recursos humanos es fundamental para la adecuada gestión ambiental. Los aspectos tratados sientan bases para la discusión y la posterior investigación y pueden contribuir al análisis del ecoturismo latinoamericano en el contexto del desarrollo sostenible, insistiendo en el compromiso con la naturaleza y en el sentido de responsabilidad social.

PALABRAS CLAVE: desarrollo sostenible, turismo latinoamericano, ecoturismo, desarrollo de la comunidad, municipalización.

MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DEL ECOTURISMO EN EL CARIBE

Eros Salinas-Chávez

En este artículo se presentan las principales características del ecoturismo y se analiza la posibilidad de su comercialización en el Caribe insular. Se finaliza con algunas reflexiones sobre desarrollo sostenible del turismo en la región.

PALABRAS CLAVE: ecoturismo, Caribe, desarrollo sostenible.

DISEÑO ESTRATÉGICO DE EMPRESAS DE SERVICIOS ALIMENTARIOS

*María Teresa Zancudo
María Cristina Alcántara*

El propósito de este trabajo es presentar una metodología para el desarrollo de empresas de servicios alimentarios que resulte en un proyecto de concordancia a los diferentes elementos que determinan su vigencia y permanencia en el mercado. El estudio concreta la estrategia de proyecto factible. Los resultados evidencian la concreción de una metodología de diseño estratégico que implica: la ubicación potencial de la empresa; las necesidades específicas del mercado de influencia; el desarrollo de estrategias de mercado; el diseño de la

estructura organizacional para el logro de los objetivos de mercado y la definición de estrategias financieras.

PALABRAS CLAVE: desarrollo de empresas, servicios de alimentos, estrategia, metodología.

DEFINICIÓN DE NEGOCIO TURÍSTICO. CLIENTES, FUNCIONES Y TECNOLOGÍA
Una aplicación al segmento recreativo de alta montaña

Luis Carús-Ribalaygua

Si bien las definiciones excesivamente amplias de límites sectoriales son ilustrativas en un sentido genérico, no son estratégicamente significativas, porque tanto la naturaleza de la competencia como las fuentes de la ventaja competitiva varían mucho según los segmentos concretos. Por ello, los grandes sectores se suelen dividir en subsectores, ramas de actividad o segmentos sectoriales. Este es el caso del turismo. El presente artículo tiene por objeto ofrecer un panorama general del negocio turístico, y luego aplicar los razonamientos expuestos al turismo recreativo de alta montaña.

PALABRAS CLAVE: sector, segmento, negocio, centro turístico recreativo de alta montaña.